

Gensicke, Thomas

Jugendlicher Zeitgeist und Wertewandel

Zeitschrift für Pädagogik 55 (2009) 4, S. 580-595



Quellenangabe/ Reference:

Gensicke, Thomas: Jugendlicher Zeitgeist und Wertewandel - In: Zeitschrift für Pädagogik 55 (2009) 4, S. 580-595 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-42642 - DOI: 10.25656/01:4264

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-42642>

<https://doi.org/10.25656/01:4264>

in Kooperation mit / in cooperation with:

BELTZ

<http://www.beltz.de>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipt.de
Internet: www.pedocs.de

Inhaltsverzeichnis

Thementeil: Werte – Die Rückkehr zur Erziehung

Hartmut von Hentig

Das Ethos der Erziehung. Was ist in ihr elementar? 509

Gertrud Nunner-Winkler

Prozesse moralischen Lernens und Entlernens 528

Matthias Gronemeyer

Wie kommt das Böse in den Menschen – und wie wieder heraus? Ein
philosophischer Kommentar zu Serkan A. und Spyridon L. 549

Margit Stein

Werteerziehungsansätze an weiterführenden Schulen in ihrem Zusammenhang
mit strukturellen Schulbedingungen 562

Thomas Gensicke

Jugendlicher Zeitgeist und Wertewandel 580

Allgemeiner Teil

Esther Dominique Klein/Svenja Mareike Kühn/Isabell van Ackeren/Rainer Block

Wie zentral sind zentrale Prüfungen? – Abschlussprüfungen am Ende der
Sekundarstufe II im nationalen und internationalen Vergleich 596

Rolf Strietholt/Ewald Terhart

Referendare beurteilen. Eine explorative Analyse von Beurteilungsinstrumenten
in der Zweiten Phase der Lehrerbildung 622

Besprechungen

Marcelo Caruso

Colin Brock/Lila Zia Levers (Hrsg.): Aspects of Education in the Middle East and North Africa 646

Heinz-Elmar Tenorth

Wolfgang Brezinka: Pädagogik in Österreich. Die Geschichte des Faches an den Universitäten vom 18. bis zum 21. Jahrhundert 648

Wolfgang Jantzen

Dagmar Hänsel: Die NS-Zeit als Gewinn für Hilfsschullehrer.

Dagmar Hänsel: Karl Tornow als Wegbereiter der sonderpädagogischen Profession. Die Grundlegung des Bestehenden in der NS-Zeit 650

Hanno Schmitt

Sieglinde Luise Ellger-Rüttgardt: Geschichte der Sonderpädagogik. Eine Einführung 653

Melanie Fabel-Lamla

Fritz Reheis: Bildung contra Turboschule! Ein Plädoyer.

Wiebke Lohfeld (Hrsg.): Gute Schulen in schlechter Gesellschaft.

Hans-Peter Gerstner/Martin Wetz: Einführung in die Theorie der Schule.

Gregor Lang-Wojtasik: Schule in der Weltgesellschaft. Herausforderungen und Perspektiven einer Schultheorie jenseits der Moderne 655

Cristina Allemann-Ghionda

Pedro Rosselló: La teoría de las corrientes educativas y otros ensayos

Christel Adick: Vergleichende Erziehungswissenschaft

Doris Edelmann: Pädagogische Professionalität im transnationalen Raum 660

Dokumentation

Pädagogische Neuerscheinungen 665

Jugendlicher Zeitgeist und Wertewandel

Zusammenfassung: In diesem Beitrag wird der längerfristige Wertewandel bei Jugendlichen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung untersucht. Auf der einen Seite steht der Befund eines vergleichsweise stabilen jugendlichen Wertesystems, das sich nicht grundsätzlich von dem der Bevölkerung unterscheidet. Dennoch werden unter dem Stichwort des „Konsumismus“ auch problematische Tendenzen aufgezeigt. Die veränderten Sozialisationsbedingungen von Kindern und Jugendlichen haben umso ungünstigere Folgen je bildungsferner und schichtniedriger ihre soziale Herkunft ist. Dieser Befund wird dadurch Brisant, dass das deutsche Bildungssystem dem sozialen Aufstieg Jugendlicher aus den unteren Schichten (und unter diesen besonders Jugendlichen mit Migrationshintergrund) vergleichsweise große Hindernisse in den Weg legt.

1. Die pragmatische Generation

Belastbare empirische Informationen über die Mentalität junger Menschen sind sowohl für die Öffentlichkeit als auch für Fachleute von großem Interesse. Gilt doch die Jugend als Zukunft der Gesellschaft, wenigstens jedoch als eine noch wenig in mentalen Routinen verfestigte Gruppe und damit als „Seismograf“ für kulturelle Veränderungen. Auch weil die Altersgruppe der jungen Menschen seit Längerem als diejenige gilt, die am deutlichsten durch abweichendes Verhalten auffällt, steht sie stets unter aufmerksamer Beobachtung. Die Shell Jugendstudien haben sich seit Jahrzehnten intensiv mit der Mentalitätsentwicklung von Jugendlichen beschäftigt.¹ Neuerdings interessiert man sich auch stärker für Mentalitätsentwicklungen bei Kindern. Diesem Interesse kommen die Shell Jugendstudien seit dem Jahr 2002 insoweit entgegen, als die untere Altersbegrenzung der befragten Stichprobe von 14 auf 12 Jahre herabgesetzt wurde. Die erste World Vision Kinderstudie ging 2007 noch weiter und beschäftigte sich mit der Lebenssituation und (soweit möglich) mit den Meinungen von Kindern im Alter von 8 bis 11 Jahren. Mentalitätsfragen konnten aber nur andeutungsweise eine Rolle spielen, weil für die Erfassung der mentalen Kernindikatoren wie „Wertorientierungen“ oder „affektive Grundeinstellungen“ der Zielgruppe noch der entsprechende Reife- und Bewusstseinsgrad fehlt.²

- 1 Vgl. *Deutsche Shell* (Hrsg.) 2002 und 2006. Die Studien wurden durch TNS Infratest Sozialforschung durchgeführt und ausgewertet. Jeweils wurden bundesweit repräsentativ Quotenstichproben von 2.500 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren befragt.
- 2 Vgl. *World Vision Deutschland* (Hrsg.) 2007. Die Studie wurde durch TNS Infratest Sozialforschung durchgeführt und ausgewertet. Sie konzentriert sich auf die Erfassung der kindlichen Lebenswelt mit deren Strukturen und Abläufen, besonders auch unter dem Aspekt der sozialen Ungleichheit sowie des Geschlechts. Immerhin wird versucht, „erste politische Interessen“ und Anfänge „gesellschaftlichen Engagements“ zu identifizieren. Befragt wurde eine bundesweit repräsentative Quotenstichprobe von 1.592 Kindern.

Die 14. Shell Jugendstudie von 2002 hatte der aktuellen Jugendgeneration das Etikett „Pragmatische Generation“ beigelegt (vgl. Gensicke 2002). Der griechische Begriff des „Handelns“ (pragma) sollte auf die tatkräftige und umsetzungsorientierte Einstellung der jungen Leute hinweisen. Es sollten aber auch bestimmte Assoziationen geweckt werden, wie die ausgeprägte Orientierung junger Leute auf die Ökonomie, genauer: den „Markt des Lebens“. In die Begründung dieser Charakteristik gingen sowohl situative als auch generationenzyklische Argumente ein. Die situative Argumentation bezog sich besonders auf die ökonomische Großwetterlage, die seit den 1990er-Jahren von der Auflösung des Ost-West-Gegensatzes und durch den darauf folgenden Globalisierungsschub geprägt ist. Letzterer führte zwar in Gewinnermilieus zu Einkommenszuwächsen, in der breiten Bevölkerung aber zur Stagnation der Einkommen. Noch wichtiger für die mentale Entwicklung als die materielle Stagnation sind zunehmende Ängste vor wirtschaftlichem Niedergang und sozialem Abstieg. Hatte bisher jede Generation den Eindruck, sie würde sich im Laufe der Zeit besser stellen als ihre Elterngeneration, so ist dieser Glaube inzwischen erschüttert.

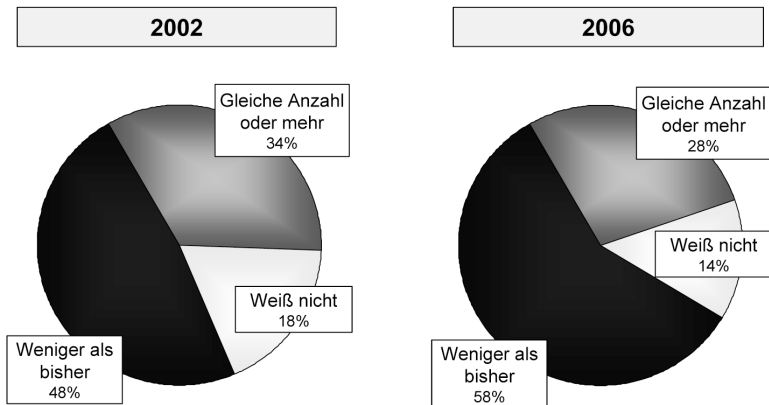
In der zweiten Hälfte der 1990er-Jahre formierte sich der Zeitgeist der pragmatischen Jugendgeneration. Auf Reformrhetorik und Reformwirklichkeit reagierten die Jugendlichen, indem sie sich auf ihre eigenen Kräfte besannen und mit einer positiven Grundeinstellung zum Leben versuchten, sich auf rauere Verhältnisse einzustellen. Dies vollzieht sich in einem durch die Jugendlichen hoch bewerteten System mikrosozialer Unterstützungsnetzwerke in Familie, Freundes- und Bekanntenkreis. Zwar sind viele im unmittelbaren Lebensumfeld gesellschaftlich engagiert (vgl. Picot 2006), von der „großen Politik“ halten die meisten allerdings nicht viel. Das klassische politische Interesse der Jugend befindet sich im Abwärtstrend. Bedrohungsgefühle ökonomischer, sozialer und kultureller Art, die mit der Globalisierung verbunden werden, führten bei Jugendlichen zu einer gewissen Tendenz der „Einschnürung“ des Welthorizontes. Obwohl die Jugend immer noch eine der tolerantesten Gruppen der Gesellschaft ist, sieht sie die Zuwanderung nach Deutschland skeptisch und zunehmend kritischer (vgl. Grafik 1). Eine längerfristige und umfassende EU-Vertiefung findet immer weniger Anhänger und (wie die gesamte Bevölkerung) lehnt auch die Jugend die Aufnahme der Türkei in die EU ab.

Das betont positive Denken der meisten Jugendlichen steht allerdings in zunehmender Spannung zu ihren ökonomischen Ängsten (vgl. Grafik 2, S. 583). So entstand in der Jugend eine Gemengelage aus ökonomischem, sozialem und kulturellem Problembewusstsein und der Besinnung auf die eigenen Kräfte. Diese Konstellation hat als leistungsorientierter und anpackender, aber auch tendenziell ein- und ausgrenzender Zeitgeist positive wie negative Erscheinungen zur Folge. Diese Beobachtungen führen über die Situationsanalyse hinaus auf die Frage der Generationenfolge. Führt man sich Schelskys Analyse der Jugend der 1950er-Jahre wieder vor Augen („Die Skeptische Generation“), fällt eine gewisse Ähnlichkeit mit der aktuellen Jugendgeneration auf. Schelsky (1957) beschrieb eine Nachkriegsjugend, die in einem Umfeld ökonomischer und sozialer Verunsicherung aufgewachsen war, darauf aber sowohl mit anpackender Leistungsmentalität als auch mit Indifferenz gegenüber der „großen Politik“ reagierte. In der Forschung wird die Logik der Generationenbildung auf eine gemeinsame kultu-

Grafik 1

Wie viele Zuwanderer Deutschland zukünftig aufnehmen soll

Jugendliche im Alter von 12-25 Jahren (Angaben in %)



relle Prägung einer Gruppe von Jahrgängen zurückgeführt, die mit ähnlichen Lebensbedingungen der Prägephase, aber auch mit Abgrenzungsbedürfnissen gegen frühere Generationen zusammenhängt (vgl. Mannheim 1928). Nimmt man die verfügbaren Informationen zusammen, dann kann man folgendes Generationenschema der Nachkriegsgeschichte postulieren, das besonders für Westdeutschland³, ab der Wende für Gesamtdeutschland gilt.⁴

Die ökonomische, soziale und ideologische Unsicherheit der Nachkriegszeit brachte jene „skeptische Generation“ hervor, wie sie Schelsky beschrieb. Diese Generation war hart und illusionslos, aber auch leistungsbereit und ehrgeizig. Sie neigte durchaus zum Protest, verhielt sich dabei aber unpolitisch. Der ökonomische Aufschwung prägte erst die folgende, oft als 68er-Generation bezeichnete Kohorte. Diese nahm zum einen eine erheblich gesteigerte ökonomische Sicherheit wahr, zum anderen war sie (besonders im

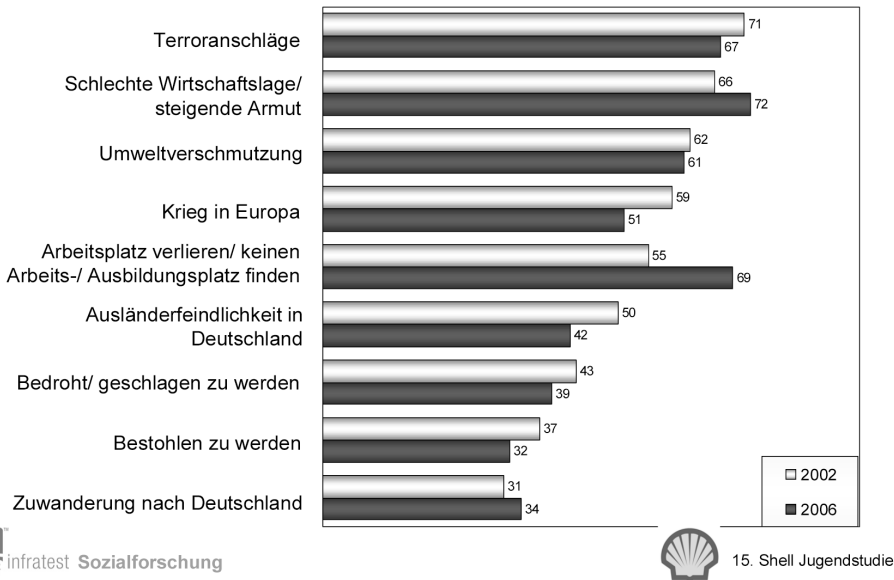
3 Die ostdeutsche Generationengeschichte erfordert eine eigene Analyse. Hier soll nur festgehalten werden, dass es zwar wichtige kulturelle Gemeinsamkeiten der Entwicklung der politisch getrennten deutschen Staaten gab, daneben aber auch wichtige Unterschiede. Neben dem Nachwirken der gemeinsamen kulturellen Tradition lassen sich Gemeinsamkeiten vor allem mit den Begriffen „Modernisierung“ und „Wertewandel“ fassen (vgl. dazu Gensicke 1998 und 2009).

4 Die mentalen Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Jugendlichen sind mit wenigen Ausnahmen eher gering.

Grafik 2

Was für Jugendliche ein großes Problem ist, was ihnen Angst macht

Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (Angaben in %)



bürgerlichen Milieu) des kulturellen Modells des strebsamen und ehrbaren Kleinbürgers überdrüssig. Mit dem allgemeinen Reformklima der späten 1960er- und der beginnenden 1970er-Jahre sowie der Erweckung der noch ziemlich formalen Demokratie wurde der Stil dieser Generation politisch. Mit der nächsten, der *hedonistischen* Generation, verlor die Jugend im Zusammenhang mit der Reformkrise ihre politische Attitüde wieder. Eine zunehmend „lebensweltliche“ Orientierung bedeutete die Ausrichtung ihres Engagements auf die Gestaltung und Verbesserung des unmittelbaren Lebensumfeldes. Zum anderen ließ die sich immer weiter ausdifferenzierende Konsumgesellschaft die Jugendlichen genießerischer und wählerischer werden.

Der postmoderne Stil des „Anything goes“ der hedonistischen Generation wird ab Mitte der 1990er-Jahre durch eine gesteigerte „Ernsthaftigkeit“ der pragmatischen Generation abgelöst. Primäre und sekundäre Tugenden spielen seitdem in der jugendlichen Mentalität wieder eine größere Rolle. Falls dieser empirischen Generationenfolge irgendein übergreifendes Muster zugrunde liegt, etwa ein Dreischritt von „ökonomisch“ über „politisch“ zu „hedonistisch“, dann wäre im Gefolge der gegenwärtig wieder „ökonomisch“ geprägten Generation erneut eine „politische“ Generation zu erwarten. Sollte dieses Szenario tatsächlich eintreten, so ist wie auch beim Vergleich der aktuellen pragmatischen Generation mit der skeptischen Generation Schelskys zu berücksichtigen, dass auch die neue „politische“ Generation nicht einfach eine „Wiedergängerin“ der 68er-Generation sein wird. Der längerfristige Struktur- und Wertewandel der Gesell-

schaft hat seit den 1950er-Jahren neue Randbedingungen für das Aufwachsen hinzu-kommender Generationen gesetzt, etwa in Form des Massenwohlstandes, der Massenbildung, einer entwickelten Zivilgesellschaft, steigender Individualisierung und der Medienrevolution. Aufgrund solcher kumulativen kulturellen Prozesse können die Ähnlichkeiten späterer mit früheren Generationen immer nur begrenzt sein.

2. Stabiles jungendliches Wertesystem – mit Tendenzen zum „Konsumismus“

Zur Interpretation des aktuellen Wertewandelgeschehens und der Rolle der jungen Generation gibt es eine kontroverse Diskussion. Einige empirische Daten der Wertewandelsforschung werden gelegentlich so interpretiert, dass es in den 1990er-Jahren eine Umkehr des Wertewandels gegeben habe. Gestiegene ökonomische Knappheit und eine unsichere Gesamtlage hätten zu einer Renaissance traditioneller Stabilitäts- und Sicherheitswerte geführt (vgl. Hradil 2002). Inzwischen werden solche Interpretationen noch weiter getrieben, indem man über eine „Renaissance der Religion“ spekuliert, allerdings die empirischen Belege dafür schuldig bleibt (vgl. Gensicke 2007). Der Trend des Wertewandels, den Helmut Klages (1985) frühzeitig in die Formel „von Pflicht- und Akzeptanzwerten zu Selbstentfaltungswerten“ gefasst hat, hätte sich demnach wieder umgekehrt. Nähme man diese Deutung beim Wort, müsste es somit von Selbstentfaltungswerten wieder zu Pflicht- und Akzeptanzwerten gehen. Diese Deutung ist jedoch mit einer Gesamtschau der vorliegenden Daten nicht vereinbar. Sie verkennet jene kumulativen Veränderungsprozesse, die eine (einfache oder ungebrochene) Rückkehr zu früheren Stadien der Kulturentwicklung unwahrscheinlich machen.

Die Mentalität der Jugend ist nach den Daten der 14. und 15. Shell Jugendstudie durch eine stabile und klare Hierarchie von Grundorientierungen gekennzeichnet (vgl. Grafik 3).⁵ An der Spitze der Wertehierarchie steht am Beginn der 2000er-Jahre die „Private Harmonie“: Diese Grundorientierung setzt sich aus den einzelnen Wertorientierungen „Ein gutes Familienleben führen“, „Einen Partner haben, dem man vertrauen kann“, „Gute Freunde haben, die einen anerkennen“ und „Viele Kontakte zu anderen Menschen haben“ zusammen. Das Bedürfnis „Eigenverantwortlich zu leben und zu handeln“ gehört ebenfalls dazu.⁶ Die Integration in kleine soziale Netze steht also ganz oben auf der jugendlichen Werteagenda. Den zweithöchsten Rang nimmt für die Ju-

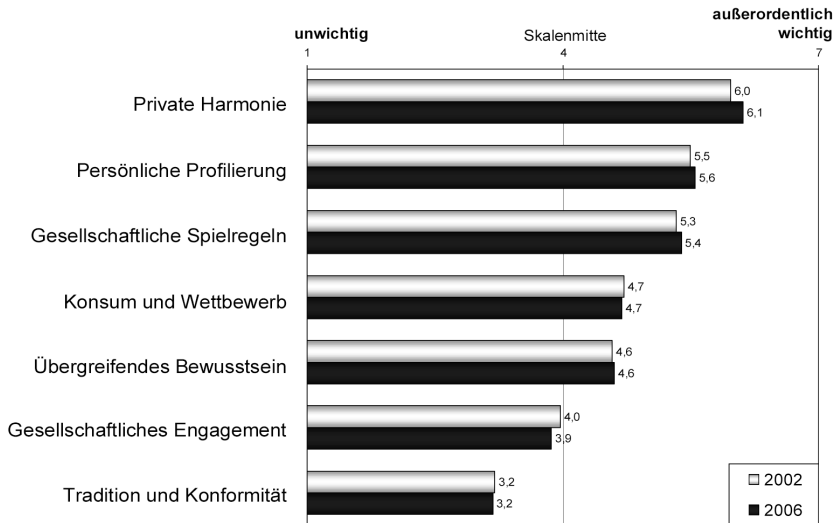
5 Zum Einsatz kam ein in Vorstudien seit den 1970er-Jahren, zuletzt 1986 bis 1989 in einem großen, von der DFG unterstützten Projekt durch die Speyerer Werteforschung unter der Leitung von Helmut Klages entwickeltes Wertesystem. Es wird seit 1987 unverändert in repräsentativen Bevölkerungsbefragungen eingesetzt (vgl. Herbert 1988). Dieses Instrument wurde sowohl in der 14. als auch der 15. Shell Jugendstudie verwendet (vgl. zum Folgenden im Detail 2006).

6 Ermittelt wurden diese Wertedimensionen aus Einzel-Items mit Hilfe einer Varimax-Hauptkomponenten-Faktorenanalyse. Die Dimensionen wurden ungewichtet als Sammelvariablen aufsummiert.

Grafik 3

Das Wertesystem der Jugendlichen

Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (Mittelwerte)



tns infratest Sozialforschung



15. Shell Jugendstudie

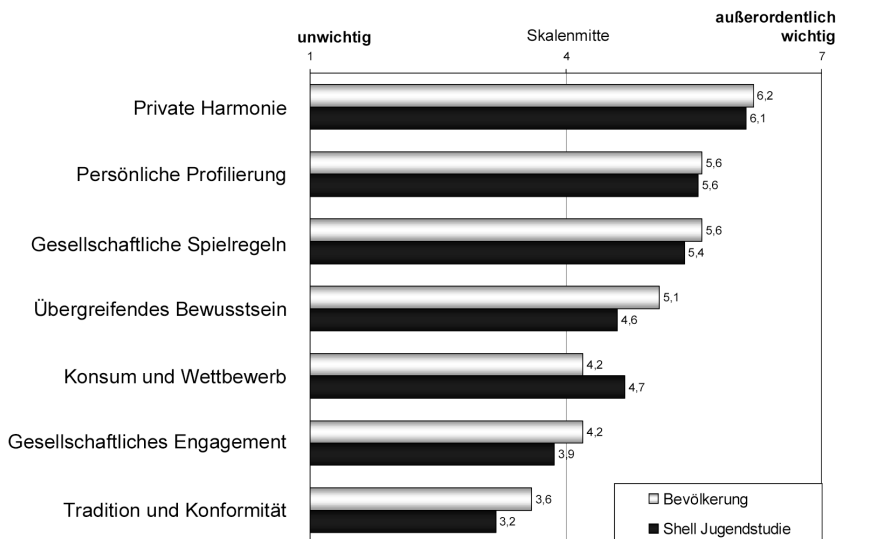
gendlichen die Entwicklung ihrer Individualität ein, ihre „Persönliche Profilierung“. Es geht dabei im Einzelnen um die „Entwicklung eigener Phantasie und Kreativität“, um die „Unabhängigkeit von anderen Menschen“ und darum, „sich bei Entscheidungen auch von seinen Gefühlen leiten zu lassen“. Fast ebenso hoch im Kurs steht bei Jugendlichen aber auch die Akzeptanz gesellschaftlicher Spielregeln. „Gesetz und Ordnung respektieren“, „Nach Sicherheit streben“ sowie „Fleißig und ehrgeizig sein“ erhalten eine hohe Bewertung. Das war allerdings nicht immer so: Das Streben nach Individualität und persönlicher Profilierung stand in den 1970er- und 1980er-Jahren deutlich mehr im Trend jugendlicher Aufmerksamkeit als die Akzeptanz gesellschaftlicher Spielregeln (auch „Sekundärtugenden“ genannt). Besonders im Umfeld des „Wertewandelsschubs“ (vgl. Klages 1985) der zweiten Hälfte der 1960er- und der ersten Hälfte der 1970er-Jahre gab es zwischen diesen Grundorientierungen heftige Spannungen⁷, insbesondere in der bürgerlichen Jugend. Seit den 1990er-Jahren ist dieser Konflikt allerdings weitgehend verschwunden und hat einer Neigung Platz gemacht, Individualität und gesellschaftliches Regelwerk nicht mehr antagonistisch zu sehen. In diesem Streben zur „Wertesynthese“ (Klages 1985) aus „Neu“ und „Alt“ liegt der Kern der neueren Entwicklung, der mit der These vom „rückläufigen Wertewandel“ nicht korrekt erfasst wird.

⁷ Auf diese Spannung und deren Auflösung in den 1990er-Jahren hat auch Elisabeth Noelle-Neumann immer wieder hingewiesen. (vgl. Noelle-Neumann/Petersen 2000).

Grafik 4

Das Wertesystem der Bevölkerung und der Jugend

Bevölkerung ab 18 Jahren und Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (Mittelwerte)



tns Infratest Sozialforschung



15. Shell Jugendstudie

Zwei weitere Grundorientierungen erfahren seitens der Jugend eine mäßig positive Bewertung. Zum einen geht es um Orientierungen, die sich im allgemeinen Sinne auf „Konsum und Wettbewerb“ beziehen, andererseits um Elemente eines „Übergreifenden Bewusstseins“, das die persönliche und gesellschaftliche Existenz religiös oder ökologisch transzendiert. Die Pointe besteht allerdings darin, dass die Auslebung unmittelbarer Bedürfnisse⁸ als „untere“ Kulturebene und die „obere“ Ebene der Religion, der Ökologie und der Gesundheit⁹ von den Jugendlichen annähernd gleich bewertet werden. Im Sinne von Kultur und der erzieherischen Bemühungen von Eltern und Pädagogen ist es irritierend, dass die Jugendlichen in ihrer Bewertung („Wichtigkeit“) zwi-

8 Die Einzelorientierungen dieser Grundorientierung, „Das Leben in vollen Zügen genießen“, „Einen hohen Lebensstandard haben“, „Sich und seine Bedürfnisse gegen andere durchsetzen“ sowie „Macht und Einfluss haben“, sind sämtlich Ziele, die junge Männer höher bewerten als junge Frauen.

9 Die Einzelorientierungen „Gesundheitsbewusst leben“, „An Gott glauben“ und „Sich unter allen Umständen umweltbewusst verhalten“ sind sämtlich bei jungen Frauen deutlich stärker als bei jungen Männern ausgeprägt. Man beachte, dass durch die zweimalige Verwendung des Wortes „bewusst“ gerade in dieser Wertedimension das „bewusste Sein“ besonders angesprochen wird und außerdem die Formulierung des Umweltbewusstseins recht streng ist. Eine schwächere Formulierung hätten sicher zu einer etwas höheren absoluten Ausprägung geführt.

schen der unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung und den „höheren Werten“¹⁰ (zumindest quantitativ) einen so geringen Unterschied machen. Der unbefangene Beobachter würde erwarten, übergreifende Werte auch im jugendlichen Wertesystem in einer gewissen Vorrangstellung vor der Bedürfnisauslebung zu finden.

Zur Einordnung der jugendlichen Mentalitätskonstellation sollen vergleichbare Daten zur mentalen Konstellation der gesamten Bevölkerung dienen. Das ist anhand einer Bevölkerungsstichprobe von ca. 2.000 Befragten möglich, die TNS Infratest Sozialforschung im Jahre 2007 bundesweit repräsentativ befragte. In der Tat findet sich in der gesamten Bevölkerung bei der Gewichtung unmittelbarer Lebensbedürfnisse und „höherer Werte“ eine erwartungskonformere mentale Konstellation (vgl. Grafik 4). Die Gegenüberstellung der Wertorientierungen der Jugendlichen mit denen der gesamten Bevölkerung zeigt zwar, dass beiderseits die oberen Ränge der Wertehierarchie ähnlich bewertet werden. Es beruhigt von daher, dass über das, was besonders wichtig ist (Private Harmonie und Verhältnis von Person und Gesellschaft), ein annähernder Konsens zwischen Jugend und Gesamtbevölkerung herrscht. Dieser Konsens setzt sich auch darin fort, was jeweils als weniger wichtig eingestuft wird, „Tradition und Konformität“¹¹ und „Gesellschaftliches Engagement“ (soziales, vor allem politisches Engagement). Der auffälligste Unterschied zwischen Jugend und Gesamtbevölkerung wird jedoch bei der wechselseitigen Gewichtung von „Konsum und Wettbewerb“ und „Übergreifendem Bewusstsein“ gesetzt. Die Differenzen entstehen im Einzelnen vor allem daraus, dass die Jugendlichen gegenüber der erwachsenen Bevölkerung zum einen den „Glauben an Gott“ und das umweltbewusste Verhalten deutlich weniger betonen. Zum anderen bringen sie ihren Hedonismus („Das Leben in vollen Zügen genießen“) viel mehr zum Ausdruck, mehr auch ihre materiellen Bedürfnisse nach einem „hohen Lebensstandard“ sowie nach „Macht und Einfluss“.

3. Was bedeutet der jugendliche „Konsumismus“?

Wie kann man die geringere Aufgeschlossenheit der Jugend für die „höheren“ Werte und die größere für „Konsum“, teilweise auch für „Wettbewerb“ erklären? Handelt es

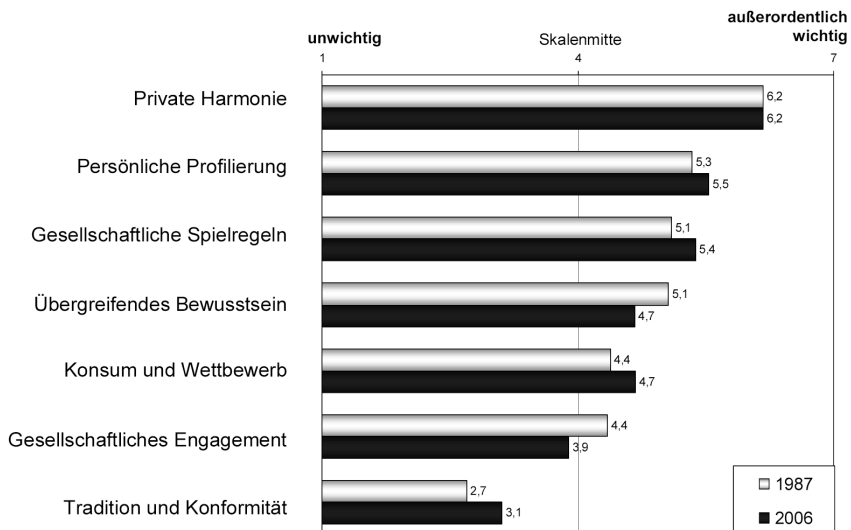
10 Möglicherweise wird man in unserem Instrument allgemein-moralische Werte wie z.B. „Ehrlichkeit“ oder gesellschaftliche Werte wie „Frieden“ oder „Gerechtigkeit“ vermissen. Diese Dinge erzeugen jedoch zu geringe Meinungsverschiedenheiten zwischen den Befragten, sodass sie wegen mangelnder Trennschärfe und einer daraus resultierenden geringen Handlungsrelevanz nicht berücksichtigt wurden.

11 Der niedrig bewertete Wertekomplex „Tradition und Konformität“ setzt sich zusammen aus den Einzelorientierungen „Am Althergebrachten festhalten“, „Stolz sein auf die deutsche Geschichte“ und „Das tun, was die anderen auch tun“. Das im Durchschnitt mäßig bewertete „Gesellschaftliche Engagement“ besteht aus den Einzelorientierungen „Sozial Benachteiligten und gesellschaftlichen Randgruppen helfen“ und „Sich politisch engagieren“, das Erste allerdings deutlich höher bewertet als das Zweite. Man beachte die relativ strenge Formulierung des sozialen Engagements („Randgruppen“), die vermehrt Dissens erzeugt und die Bevorzugung etwas dämpft.

Grafik 5

Längerfristiger Wertewandel bei Jugendlichen (Alte Länder 1987 und 2006)

Jugendliche im Alter von 14 bis 25 Jahren (Mittelwerte)



sich hier um ein typisches Jugendphänomen, das sich im Laufe des Reiferwerdens sozusagen von selbst „verwächst“? Oder ist mit dem Wertewandel beim „Kulturseismogرافen Jugend“ eine grundsätzlich neue Mentalitätskonstellation auf den Plan getreten, die mittelfristig auch auf die Gesamtbevölkerung ausstrahlen wird? Am ehesten sprechen die Daten für eine Erklärung, die sich auf die Folgen der Sozialisation nachwachsender Generationen in einer sich immer weiter ausprägenden Konsum- und Erlebnisgesellschaft bezieht. Hierin zeigt sich (wie auch bei der „lebensweltlichen“ Ausrichtung des Engagements) eine Kontinuität zur „hedonistischen Generation“. Kinder und Jugendliche sind heute die wichtigste Zielgruppe der Werbung, bevorzugt vermittelt durch die privaten Medien. Diese muss man weit mehr als Werbeträger denn als Aufklärungs- oder Informationsmedien einstufen. Die Ansprache beginnt inzwischen in der frühesten Kindheit, indem sich um die Kindersendungen herum die Werbebotschaften ranken (bzw. in diese hinein wirken). In bildungsnahen Familien wird dieser Einfluss einigermaßen abgewehrt, teils weil weniger Privatfernsehen, teils weil überhaupt weniger ferngesehen und mehr auf pädagogische Qualität geachtet wird. Bereits in den mittleren Sozialschichten ist diese „bildungsbürgerliche“ Gegenwehr gegen die Verflachung des „Konsumismus“ schon deutlich schwächer, erst recht gilt das für die untere Schicht. In diesem Beitrag können die Botschaften der Medien und der Werbung im Einzelnen nicht analysiert werden. Plausibel ist allerdings die Annahme einer Gesamtwirkung, die eine Aufwertung der Bedürfnisbefriedigung und eine Abwertung übergreifender Le-

bensdimensionen ohne unmittelbaren Nutzen- und konkreten Lebensbezug erklärt.¹² Diese Veränderung dürfte im Verbund mit der schon seit Längerem wenig bedeutsamen religiösen Sozialisation junger Menschen nicht nur die Religiosität selbst schwächen, die eine starke Wertepriorität in umgekehrter Richtung setzt, sondern auch andere übergreifende säkulare Dimensionen, etwa die Ökologie oder die Politik.

Die sozialisatorische Interpretation wird durch die Tatsache gestützt, dass es innerhalb der letzten zwei Jahrzehnte innerhalb der Referenzgruppe der Jugendlichen einen deutlichen Trend in Richtung der aktuellen jugendlichen Gewichtung von „Übergreifendem Bewusstsein“ und „Konsum und Wettbewerb“ gegeben hat (vgl. Grafik 5). Die jugendliche Konstellation von 1987 ähnelte noch weitgehend derjenigen, die die Gesamtbevölkerung 2007 aufwies. „Übergreifendes Bewusstsein“ dominierte noch deutlich „Konsum und Wettbewerb“, während sich in der Folgezeit diese Konstellation durch den Bedeutungsverlust der „höheren Werte“ und die Zunahme des „Konsumismus“ in ein annäherndes Gleichgewicht verwandelte.¹³ Man kann anhand anderer Umfragen am ehesten die erste Hälfte der 1990er-Jahre als Höhepunkt des „Konsumismus“ ansetzen. Das korreliert in dieser Periode mit dem schnellen Niedergang der Vorrangstellung der öffentlich-rechtlichen Medien. Grafik 5 zeigt noch eine weitere Umgewichtung an: 1987 lag bei den Jugendlichen der Wertekomplex „Konsum und Wettbewerb“ noch etwa gleichauf mit der Wichtigkeit des sozialen und politischen Engagements. Auch hier hat die Verschiebung zu einer weniger „wünschenswerten“ Konstellation geführt, indem die Dimension „Konsum und Wettbewerb“ nun deutlich höher bewertet wird als das gesellschaftliche Engagement, während in der Gesamtbevölkerung ein Gleichgewicht beider Komponenten zu erkennen ist.

Daneben gab es geringere, aber erkennbare Veränderungen im Kernbereich der besonders verbindlichen Wertorientierungen. Sowohl die „Persönliche Profilierung“ als auch die Akzeptanz gesellschaftlicher Spielregeln sind der Jugend wichtiger geworden. Da die Regelakzeptanz deutlicher gestiegen ist, tendieren beide Komponenten inzwischen stärker zum wechselseitigen Ausgleich, was wir bereits als Hinweis auf eine verstärkte Neigung der pragmatischen Generation zu einer „Synthese“ aus Individual- und Regelakzeptanz-Werten eingestuft haben. Auf niedrigem Niveau hat auch der Werte-Traditionalismus bei den Jugendlichen zugenommen.

Wenn wir den Folgen einer höheren Gewichtung von „Konsum und Wettbewerb“ im Vergleich zum „Übergreifenden Bewusstsein“ näher kommen wollen, dann hilft zunächst der Vergleich der Geschlechter weiter (vgl. Grafik 6). Der „Konsumismus“ ist bei männlichen Jugendlichen nicht etwa im Gleichgewicht mit dem „Übergreifenden Bewusstsein“, sondern inzwischen sogar dominanter als dieses. Anders gewichtet ist die

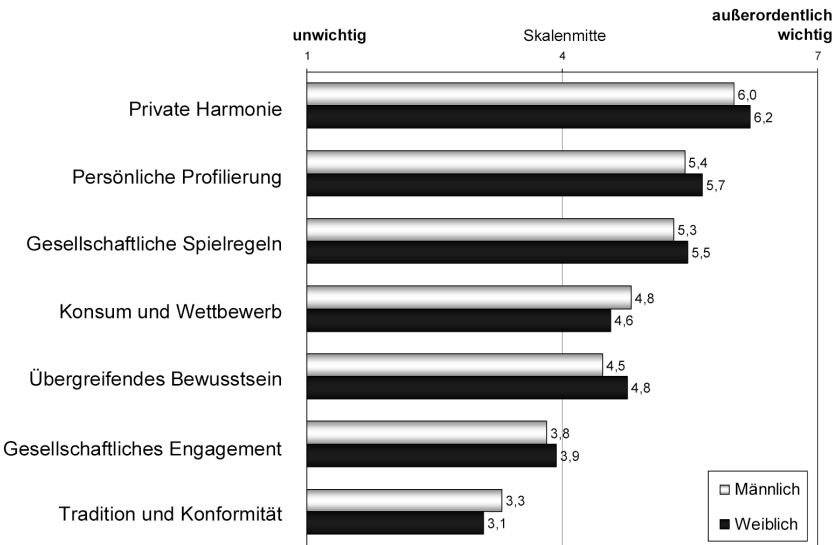
12 Daneben muss auch das Streben nach oberflächlicher und eingängiger Wirkung und die damit verbundene kulturellen Verflachung eingerechnet werden. Auch die öffentlich-rechtlichen Medien sind von diesem „Virus“ längst angesteckt.

13 Die ausgewiesenen Werte für 2006 weichen etwas von denen in Grafik 3 ab, weil hier aus Vergleichsgründen die Daten für die Ostdeutschen fehlen und der Altersschnitt (14- bis 25-Jährige) etwas enger ist. Die Stichprobe von 1987 hatte ein Mindestalter von 14 Jahren.

Grafik 6

Das Wertesystem der männlichen und weiblichen Jugend

Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (Mittelwerte)

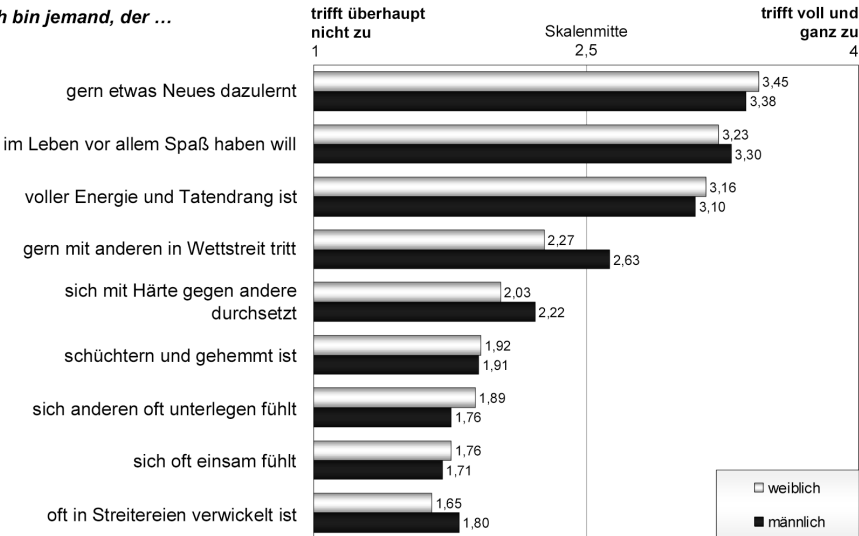


Grafik 7

Persönliche Identität nach Geschlecht

Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (Mittelwerte)

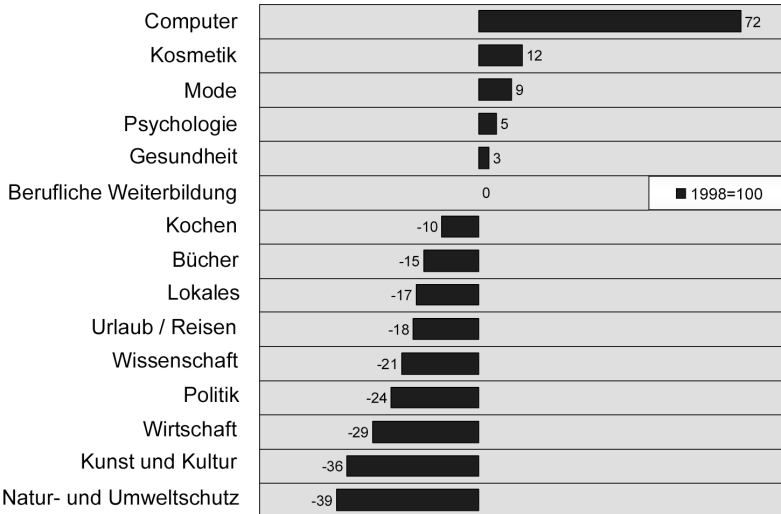
Ich bin jemand, der ...



Grafik 8

Die großen Themen im Abwind: Entwicklung der Interessen junger Leute (1998 und 2008)

Jugendliche im Alter von 14 bis 29 Jahren (Veränderungen in Prozentpunkten)



tns infratest Sozialforschung

Quelle: IFD Allensbach, AWA, Köcher 2008

Konstellation bei den jungen Frauen, die damit wenigstens annähernd derjenigen der Bevölkerung entspricht. Korrelationsanalysen mit Identitätsmerkmalen von Jugendlichen zeigen, dass eine „härtere“ und mehr auf Wettstreit orientierte Identität bei jungen Männern mit ihrer spezifischen Wertekonstellation zusammenhängt (vgl. Grafik 7). Auf der anderen Seite steht die mehr den übergreifenden Lebensorientierungen zugewandte Mentalität der jungen Frauen und ihr geringerer „Konsumismus“ in Zusammenhang mit einem sozial verbindlicheren Profil der Frauen.

Eine weitere Verschiebung in Richtung zum „Konsumismus“ und weg vom übergreifenden Bewusstsein bei Jugendlichen könnte also eine Entwicklung in Richtung einer sozial unverbindlicheren, einseitig auf Wettbewerb und Kosten-Nutzen-Denken ausgerichteten Mentalität bedeuten. Das erscheint allerdings wegen der zwischen 2002 und 2006 stabilen Daten nicht als sonderlich wahrscheinlich. Dennoch zeigt die Mentalitätslage vor allem der männlichen und schichtniedrigen Jugendlichen an, dass es wünschenswert wäre, diese praktisch und mental wieder besser in übergreifende Zusammenhänge zu integrieren. Dazu müssen ihnen die gesellschaftlichen Akteure aber eine echte soziale Perspektive geben, was zunächst bedeutet, verlorenes soziales Vertrauen wieder zu erwerben. Der „Konsumismus“ besetzt offensichtlich inzwischen eine bei vielen Jugendlichen vorhandene Leerstelle der übergreifenden gesellschaftlichen und damit auch mentalen Integration. Man kann nach alledem vermuten, dass Jugendliche

die gesellschaftlichen Spielregeln, die sie durchaus hoch bewerten, deutlich zweckrationaler interpretieren als die erwachsene, insbesondere die ältere Bevölkerung. Die übergreifende Akzeptanz dieser Regeln ist damit vermehrt „erfolgsabhängig“ und weniger stabil.

4. Bewertung und Ausblick

Obwohl hier keinem Kulturpessimismus das Wort geredet werden sollte, wurde in diesem Beitrag bewusst ein gewisser Schwerpunkt auf problematische Tendenzen der neueren jugendlichen Mentalität gelegt. Erklärt werden diese aus den veränderten Sozialisationsbedingungen Jugendlicher, die umso problematischere Folgen haben, je bildungsferner und schichtniedriger die soziale Herkunft ist. Dieser Befund wird dadurch brisant, dass das deutsche Bildungssystem im Vergleich der entwickelten Länder den Bildungschancen und dem sozialen Aufstieg Jugendlicher aus den unteren Schichten (und unter diesen besonders Jugendlichen mit Migrationshintergrund) besonders große Hindernisse in den Weg legt. Die damit verbundene Perspektivlosigkeit vieler schichtniedriger Jugendlicher kann in Kombination mit dem auch in diesen Schichten hohen Wunsch- und Anspruchspegel zu gefährlichen Spannungen führen.¹⁴ Auch diese Jugendlichen sind ehrgeizig und wollen im Leben etwas erreichen. Denkbar sind (nicht nur in dieser Gruppe) alle möglichen Reaktionen von Frust, Aggression, abweichendem Verhalten, Resignation, Illusionismus, Eskapismus usw. Im Moment kann festgehalten werden, dass solche Tendenzen noch nicht typisch sind. Die Masse der Jugendlichen sieht gute Chancen, ihren Lebenswünschen näher zu kommen. Wie Grafik 7 zeigte, sehen sich die meisten durchaus als lernfreudige junge Leute voller Energie und Taten-drang. Unterlegenheits- und Einsamkeitsgefühle sowie Gehemmtheit spielen nur eine geringe Rolle.¹⁵ Neben der moralischen Herausforderung, die Kreativität aller Jugendlichen anzuregen und zu nutzen, macht heute auch der demografische Wandel eine umfassende Nutzung des jugendlichen Potenzials zwingend nötig, auch aus ökonomischen Gründen.

Problematisch ist im Moment vor allem die Tendenz zur *kulturellen Verflachung*, die eng mit der einseitigen Orientierung vieler, vor allem männlicher und teils bildungsferner Jugendlicher auf die elektronischen Medien zusammenhängt. Renate Köcher hat

14 Lehrer und Ausbilder, die viel mit Hauptschülern zu tun haben, berichten immer wieder von einem erstaunlich hohen beruflichen Aspirationsniveau, das viele dieser Jugendliche im Widerspruch zu ihren objektiv geringen Lebenschancen bekunden.

15 Vergleicht man das unterste Zehntel der Schichtung („Unterschicht“) mit dem obersten („Oberschicht“), dann gibt es „unten“ immerhin knapp ein Viertel der Jugendlichen, die sich anderen „oft unterlegen“ bzw. „oft einsam“ fühlen. „Oben“ sind das dagegen nur jeweils 10 Prozent. Zwar geben sich auch Jugendliche aus der „Unterschicht“ mit überwältigender Mehrheit als lernfreudig, dennoch ist der Zustimmungsgrad in der Oberschicht deutlich höher („stimme sehr zu“).

	Medien- konsumenten	Normale Freizeitkids	Vielseitige Kids
Geschlecht			
Mädchen*	9	50	41
Jungen	44	50	6
Soziale Schichtung / Bildung			
Obere Schicht*	18	53	29
Mittlere Schicht	27	48	25
Untere Schicht	37	48	15
Ausstattung mit**			
Gameboy	73	56	42
Spielkonsole	52	27	15
Fernseher	45	33	24
Freizeitaktivitäten***			
Fernsehen	88	55	24
Playstation, Computerspiele	57	25	10
Basteln, Malen	16	33	46
Lesen	11	33	62
Sport treiben	59	61	56
Fernsehen pro Tag****			
2 Stunden und mehr	25	16	9
1 bis 2 Stunden	51	37	28
½ bis 1 Stunde	21	36	36
weniger	3	11	17
Lesefrequenz****			
täglich	9	22	41
mehrmals pro Woche	21	36	37
einmal pro Woche	20	17	13
seltener	34	20	8
so gut wie nie	16	5	1
<i>Quelle: Kinder in Deutschland 2007, Kinder im Alter von 8 bis 11 Jahren, * waagerechte Addition zu 100 Prozent, ** senkrecht: Mehrfachnennungen, ***Auswahl „oft“, ****senkrechte Addition zu 100 Prozent</i>			

Tab. 1: Typologie der Freizeitnutzung bei Kindern (Angaben in Prozent)

diese Entwicklung vor kürzerer Zeit anhand der Veränderungen des jugendlichen Interessenspektrums gezeigt (vgl. Köcher 2008) (vgl. Grafik 8): Anspruchsvolle Themen wie Ökologie, Kunst und Kultur, Politik und Wissenschaft sind durchweg auf dem Rückzug, nur das Interesse an der Computernutzung hat stark zugenommen. In der gesamten Bevölkerung war laut Köcher in diesem Zeitraum nichts dergleichen zu beobachten. Selbst das Thema „Wirtschaft“ fesselt die eigentlich so „ökonomisch“ denkenden jungen Leute weniger als früher. Eine Jugendbefragung, die der Autor im letzten Jahr für die Bertelsmann Stiftung (2008) durchgeführt und ausgewertet hat, zeigte bei einem recht hohen

Interesse Jugendlicher am Thema „wirtschaftliche Selbstständigkeit“ eine äußerst bescheidene Selbsteinschätzung des Kenntnisstandes über das Thema „Wirtschaft“.

Zu diesen Befunden passt es, dass die World Vision Kinderstudie im Jahre 2007 44 Prozent der Jungen zwischen 8 und 11 Jahren anhand ihrer Freizeitnutzung als so genannte „Medienkonsumenten“ einstufen musste, aber nur 9 Prozent der Mädchen. Bei diesem Typus kindlicher Freizeitnutzung spielen Fernsehen, Video/DVD, Playstation oder Computer die Hauptrolle; Lesen, Malen, Basteln oder musische Aktivitäten sind dagegen nur von untergeordneter Bedeutung (vgl. Tabelle 1). „Medienkonsumenten“ sind zu 73 Prozent mit einem Gameboy, zu 52 Prozent mit einer Spielkonsole und bereits zu 45 Prozent mit einem eigenen Fernseher ausgestattet. 76 Prozent geben an, mehr als eine Stunde täglich fernzusehen, 50 Prozent schauen weniger als einmal pro Woche in ein Buch oder eine Zeitschrift. Wenigstens ist diese Gruppe etwa in ähnlichem Maße sportlich aktiv wie die anderen Kinder. Es fragt sich jedoch, wie sich das ändert, wenn die „Medienkonsumenten“ in späteren Alterstufen das Umfeld der Bildungseinrichtungen und Sportvereine verlassen. Nicht-elektronische, anspruchsvolle Selbsttätigkeiten sind besonders typisch für die „vielseitigen Kids“, von denen man jedoch nur 6 Prozent bei den Jungen, aber 41 Prozent bei den Mädchen findet. Einer hohen Lesefrequenz entspricht in dieser Gruppe eine niedrige Fernsehnutzung. Immerhin setzt die Schichtung bei den Anteilen an „vielseitigen Kids“ nicht ganz so gravierende Unterschiede wie das Geschlecht, aber doch deutliche. Die elektronischen Medien haben sicherlich einen neuen Bereich der Kreativität eröffnet, insbesondere für technisch interessierte Kinder und Jugendliche. Wo sie aber klassische Kulturaktivitäten und Kulturtechniken verdrängen, sind sie eher als Fluch denn als Segen einzustufen.

Literatur

- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2008): Heute Schüler, morgen Unternehmer? Das Youth Entrepreneurship Barometer 2008. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Deutsche Shell (Hrsg.) (2002): Jugend 2002. Zwischen robustem Materialismus und pragmatischem Idealismus. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch.
- Deutsche Shell (Hrsg.) (2006): Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck, Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch.
- Gensicke, T. (1998): Die neuen Bundesbürger. Eine Transformation ohne Integration. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Gensicke, T. (2002): Individualität und Sicherheit in neuer Synthese? Wertorientierungen und gesellschaftliches Engagement. In: Deutsche Shell (Hrsg.): Jugend 2002. Zwischen robustem Materialismus und pragmatischem Idealismus. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch S. 139–212.
- Gensicke, T. (2006): Zeitgeist und Wertorientierungen. In: Deutsche Shell (Hrsg.): Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch S. 169–202.
- Gensicke, T. (2007): Jugend und Religiosität. In: Deutsche Jugend, 55. Jg., S. 203–239.
- Gensicke, T. (2009): Wertewandel. In: Woyke, W./Andersen, U. (Hrsg.): Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften S. 774–779.
- Gensicke, T./Picot, S./Geiss, S. (2006): Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999–2004. Ergebnisse der repräsentativen Umfrage zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und bürgerschaftlichem Engagement im Auftrag des BMFSFJ. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Herbert, W. (1988): Wertewandel in den 80er Jahren. Entwicklung eines neuen Wertmusters? In: Luthé, H.-O./Meulemann, H. (Hrsg.): Wertewandel – Faktum oder Vision? Frankfurt a.M. Campus, S. 140–160.
- Hradil, S. (2002): Vom Wandel des Wertewandels. Die Individualisierung und eine ihrer Gegenbewegungen. In: Glatzer, W./Habich, R./Mayer, K. U. (Hrsg.): Sozialer Wandel und gesellschaftliche Dauerbeobachtung. Für Wolfgang Zapf. Opladen: Leske und Budrich, S. 31–48.
- Klages, H. (1985): Wertorientierungen im Wandel. Frankfurt a.M.: Campus
- Köcher, R. (2008): Schleichende Veränderung. Eine Dokumentation des Beitrags in der FAZ Nr. 194 vom 20.8.2008. Institut für Demoskopie Allensbach 2008.
- Mannheim, K. (1928): Das Problem der Generationen. In: Kölner Vierteljahrshefte für Soziologie, 7. Jg., H. 2, S. 157–185, und H. 3, S. 309–330.
- Noelle-Neumann, E./Petersen, T. (2001): Zeitenwende. Der Wertewandel 30 Jahre später. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 29, S. 15–22.
- Picot, S. (2006): Freiwilliges Engagement von Jugendlichen 1999 und 2004. In: Gensicke, T./Picot, S./Geiss, S. (2006): Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999–2004. Ergebnisse der repräsentativen Umfrage zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und bürgerschaftlichem Engagement im Auftrag des BMFSFJ. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 177–223.
- Picot, S./Willert, M. (2006): Jugend in der alternden Gesellschaft – Die Qualitative Studie: Analyse und Portraits. In: Deutsche Shell (Hrsg.): Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch, S. 241–442.
- Schelsky, H. (1957): Die skeptische Generation. Eine Soziologie der deutschen Jugend. Düsseldorf: Diederichs.
- World Vision Deutschland (Hrsg.) (2007): Kinder in Deutschland. 1. World Vision Kinderstudie. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch.

Abstract: The author examines the long-term change in values among adolescents in comparison to the total population. On the one hand, results reveal a comparatively stable adolescent system of values which does not differ fundamentally from that of the overall population. However, under the heading of “consumerism”, problematic trends become apparent, too. The changes in the conditions of socialization children and adolescents are faced with will have the more unfavorable consequences the greater the distance from education and the lower the social stratum of their social origins. This finding becomes even more explosive due to the fact that the German educational system puts comparatively large obstacles in the way of the social advancement of adolescents from the lower social strata (and among these above all of adolescents with migration background).

Anschrift des Autors

Dr. Thomas Gensicke, TNS Infratest Sozialforschung, Senior Projektleiter,
Bereich „Familie und Bürgergesellschaft“, Landsberger Straße 338, 80687 München,
E-Mail: Thomas.Gensicke@tns-infratest.com